



Los protocolos, firmas y tratamientos que incorporamos han sido previamente testados, probados y analizados por personal médico, estético y por mí. Nunca entra nada sin pasar previamente un control de calidad. Después viene la parte más importante, la formación. Hasta que el equipo no está perfectamente cualificado no se incorpora a la oferta de servicios, y a veces dura más de un año, lo importante es la perfección y los resultados en todo lo que ofrecemos.

¿Cómo es el *target* de sus centros? ¿A quiénes van dirigidos?

A un *target* medio/alto. Tenemos una metodología muy definida y una filosofía muy clara, los protocolos tienen diagnóstico previo, seguimiento, y resultados, por lo tanto nos dirigimos a mujeres y hombres que buscan estas experiencias. Cada vez los hombres se cuidan más y nosotros tenemos un porcentaje alto de clientes masculinos. Los jóvenes también son un público que nos visita de forma regular, normalmente acompañados de sus madres, por diferentes patologías en la piel, acné en su gran mayoría.

¿Ustedes aportan quizás una nueva filosofía del cuidado personal?

Por supuesto. El diagnóstico y el seguimiento en todo el proceso nos diferencia claramente de otros centros de la competencia. Nos focalizamos mucho en estos puntos porque ahí está la clave del éxito, en los resultados, en la evolución de la piel, en mantener estos efectos de forma acumulativa y permanente en el tiempo.

¿Podría definirme que es la 'ciencia de la belleza'?

Todos los protocolos, todas las firmas, todos los productos y en general todo lo que hacemos nos gusta que tenga estudios científicos, toda la aparatología cuenta con certificación FDA, es decir, está soportado en la 'ciencia'.

¿Y la 'clave del éxito'?

Hacer las cosas bien. Claramente, la suma de muchos factores, cuidar cada detalle, contar con un gran equipo de profesionales muy motivados, realizar protocolos que de verdad funcionen, tener una atención al cliente rápida, exquisita y cualificada, instalaciones confortables, evolucionadas y perfectamente equipadas, seguimiento en todos los procesos, rapidez de respuesta y entrega.

¿Qué cualidades debe tener una buena empresaria estéticocosmética: innovación, imaginación, curiosidad, pasión por lo lúdico, o simplemente dominio de la economía?

Lo primero y muy importante aprender cada día, no creer que se sabe todo, conocer a fondo los procesos del negocio. Pasar muchas horas en los centros de trabajo, interactuar con los clientes. Pasión por lo que haces, ilusionarte cada día, estar en continua investigación de las novedades del mercado, y por supuesto, no ignorar nunca los números de tu negocio.

¿En qué modo analiza el mercado de su sector en nuestro país?

El mercado de la belleza y la medicina estética es un sector claramente en alza, la pandemia todavía le ha dado más fuerza y los clientes valoran mucho más el cuidarse.

¿Qué productos cosméticos de aquellos con los que trabajan en sus centros utiliza usted personalmente?

Sérum Yeux-XT, de CellCosmet, que trabaja las pequeñas arrugas de la zona periorcular.

Lotion P50, de Biologique Recherche. Un nivelador del pH que realiza una microexfoliación y tonifica y unifica la piel.

Precious Cream, de Miriam Quevedo. Una potente crema antiedad que me encanta para rostro y cuello.

Super Serum, de IsClinical. Un suero antienvjecimiento, antioxidante e iluminador.

www.thebeautyconcept.com 



Belleza



La pasión es
lo que importa

Paz Torralba era una alta ejecutiva de banca que un buen día decidió abandonar su cargo para dedicarse de manera exitosa a cumplir su deseo de mejorar la salud y la belleza de otras personas. Como empresaria en ese sector ha conseguido que sus centros se caractericen por lograr una experiencia global de cuidados, partiendo de un diagnóstico personalizado y aportando garantías científicas.

Por ROSY MARTÍNEZ DE BURGOS

¿Se dio cuenta de pronto de sus facultades en este nuevo universo, o fue a partir de algún momento específico y por algo en concreto?

Yo tenía muy claro desde siempre que quería un negocio propio, algo que hiciera felices a las personas, ese era mi punto de partida. Mis padres siempre lo tuvieron y nos transmitieron ese deseo a mis hermanos y a mí. A día de hoy, dirigir The Beauty Concept, mi empresa, es un sueño cumplido y la satisfacción de que los clientes cuando finalizan sus tratamientos se van felices con la experiencia global (diagnóstico, resultados, seguimiento, bienestar, atención...).

¿Dónde radican sus centros, con qué equipo cuenta en cada uno de ellos y de qué temas se ocupan?

Todos en Madrid, incluida la gestión de la belleza en el hotel Mandarin Oriental Ritz de la capital. Lo más importante es el maravilloso equipo que los forman, multidisciplinar, altamente cualificado y preparado. Nos ocupamos de forma global de la belleza, la salud y el bienestar de las personas en las áreas de medicina estética, belleza, salud, bienestar, *personal trainer*, *hair* (tratamientos, *styling*, tendencias, color, corte, caballero, señora, niños...).

¿Cómo crean sus tratamientos o cómo los incorporan a sus actividades?